



UNIVERSIDAD DEL CENTRO DE MÉXICO

Vice-Rectoría Académica

Licenciatura: Comunicación
Materia: Opinión Pública
Elaborado por: Marco Carlos Avalos Rosado
Fecha de elaboración: julio 2013

Semestre: Quinto
Clases por semana: 3
Clases por semestre: 48

Objetivo General: Al término del curso el alumno será capaz de evaluar las teorías, métodos y técnicas más relevantes de la opinión pública en el proceso de la comunicación, así como las interrelaciones en los sistemas comunicativos, de las que resultan las opiniones públicas, controles sociales y climas comunicativos.

Fecha	No. Horas	Tema	Objetivo Educativo	Técnica didáctica	Actividad (Presencial o Campus Virtual)	Sugerencia Bibliográfica
		Unidad I. Opinión pública, democracia y competencias ciudadanas (participación y ciberciudadanía)				
Semana 1 Ago. 13 y 14	3 horas	Contexto y conceptos de la opinión pública: La democracia	Identificar el concepto de democracia, opinión y público y sus diferentes tipos, así como sus implicaciones para la persona y la sociedad	Se llevará a cabo un diálogo frente a grupo que dará paso a una lectura comentada.	Presencial: Debate en el aula.	<i>La democracia en treinta lecciones – Sartori y Foschini</i> <i>El futuro de la democracia – N. Bobbio</i> <i>Liberalismo y democracia- N. Bobbio.</i>
Semana 2 Ago. 20 y 21	3 horas	La sociedad, información, cultura y conocimiento.	Reconocer el papel de la cultura y las instituciones en las sociedades.	Se realizará un cuadro comparativo entre la cultura de México y dos culturas contemporáneas, haciendo énfasis en sus medios y su nivel de acceso a la información.	Presencial y virtual: Generación de una infografía acerca de la democracia en México, que se expondrá y discutirá en clase. Virtual: Publicación de un comparativo entre la cultura	<i>La política como Actividad (I). El contexto cultural- Josep M. Vallès y Salvador Martí</i>

					mexicana y otras culturas contemporáneas, haciendo énfasis en sus diferencias mediáticas y de acceso a la información.	<p><i>Antonio Gramsci y la revolución cultural</i> - Alfredo Sáenz</p> <p><i>Historia y crítica de la opinión pública.</i> _ J. Habermas (cap. 5)</p> <p>Presentación: ¿Qué es cultura? http://www.slideshare.net/marcocar/qu-es-cultura</p>
Semana 3 Ago.27 y 28	3 horas	La esfera pública y la esfera privada: su transformación histórica	Definir esfera pública y esfera privada; especificar su desarrollo histórico y deducir la esfera pública contemporánea.	Diálogo frente al grupo sobre el capítulo 1 (<i>Introduction: Preliminary Demarcation of a type of bourgeois public sphere</i>) del libro <i>The structural transformation of the public sphere</i> (páginas 1-26). Debate en el salón de clases.	<p>Presencial: Reporte de lectura: <i>La opinión pública en Habermas</i> Margarita de Margarita Boladeras Cucurella.</p> <p>Virtual: Escribirán un ensayo sobre las condiciones actuales de la esfera pública de México que se publicará en los blogs de cada estudiante.</p>	<p>Historia y crítica de la opinión pública. – J. Habermas</p> <p><i>The structural transformation of the public sphere.</i> – J. Habermas</p> <p><i>La opinión pública en Habermas-</i> Margarita Boladeras</p> <p>Presentación: La esfera pública y la esfera privada: http://www.slideshare.net/marcocar/esfera-pblica-y-esfera-privada</p> <p><i>La convergencia cultural a través de la ecología de medios</i> - Octavio islas:http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=15812486004</p>

Semana 4 Sep.3 y 4	3 horas	Conocimiento e información.	Definirá la importancia del conocimiento y la información para la conformación de la opinión (doxa) y la episteme (conocimiento).	Lectura comentada del libro Diálogos de Platón: La república. (Libro siete, páginas 159-161)	Presencial y virtual: Lectura del capítulo primero (páginas 5-14) del libro Public Opinion, de Walter Lippmann, discusión en clase y redacción de ensayo a publicar en los blogs de los participantes.	<i>Public Opinion – Walter Lippmann</i> <i>Diálogos de Platón: La República. - Platón</i> Texto de docente sobre Información y conocimiento.
Semana 5 Sep. 10 y 11	3 horas	Opinión pública y competencias ciudadanas	Describir las competencias ciudadanas y explicar su importancia para una sociedad democrática y para la opinión pública.	Se llevará a cabo un proceso de aprendizaje colaborativo, utilizando herramientas digitales.	Presencial: Mediante la utilización de un sitio en Internet se realizará un foro digital acerca de la ciudadanía.	Sitio web: Taller de ciudadanía digital http://tallerciudadanadigital.blogspot.mx/
		Cibercultura y ciudadanía	Explicar el papel de la cibercultura para el ejercicio de la ciudadanía y la transformación del espacio público.	Mediante un diálogo frente a grupo se desarrollará el tema de la cibercultura, se exhibirá el video Internet: el futuro digital y se guiará una lluvia de ideas, utilizando un sitio web como plataforma.	Se realizará una infografía acerca de la cibercultura y la autonomía mediática. Las infografías se publicarán en los blogs de cada participante y en el blog de la clase.	<i>Media Ecology Asociacion - Neal Postman</i> http://www.media-ecology.org/media-ecology/index.html Prezi: http://prezi.com/ulxsmmakcas7/media-ecology/ Texto del maestro acerca de autonomía mediática.
Semana 6 Sep. 17 y 18	3 horas	Definición de opinión pública Examen parcial 1: 18 de septiembre	Definir opinión pública, cuáles son sus elementos y qué fenómenos sociales están relacionados con el término. Igualmente, relacionar opinión pública, información, conocimiento, Internet y cultura para establecer la importancia de la opinión pública para la democracia.	Se conducirá un trabajo colaborativo para realizar un mapa conceptual que defina opinión pública e identifique los conceptos y fenómenos relacionados con ésta.	Utilizando Google Drive, se definirá opinión pública y se hará un esquema que establezca y explique los diferentes fenómenos que influyen en sus conformación.	

Fecha	No. Horas	Tema	Objetivo Educativo	Técnica didáctica	Actividad (Presencial o Campus Virtual)	Sugerencia Bibliográfica
		Unidad II. Ecología mediática e influencia y modelos de la opinión pública				
Semana 7 Sept. 24 y 25	3 horas	Retroalimentación examen parcial 1 Procesos de la opinión pública (opinión, expresión de una actitud y actitud)	Examinar y describir los procesos que se presentan en la formación de la opinión pública.	Se exhibirá el documental “5 días de marzo”, se llevará a cabo un diálogo frente a grupo y se conducirá una lluvia de ideas.	Presencial: En Internet, se revisarán casos de opinión sobre algo controversial, expresión de una actitud y actitud y se realizará un resumen. Virtual: reporte de lectura del libro Yes we did, de Rafah Harfoush	<i>Homo Videns – Giovanni Sartori</i> <i>Yes we did – Rahaf Harfoush</i>
Semana 8 Oct. 1 y 2	3 horas	Comunicación y opinión pública	Catalogar los estudios sobre la influencia de la comunicación en la opinión pública	Luego de una exposición en prezi se exhibirá un fragmento de la cinta “Batalla por el Ciudadano Kane” (Michael Epstein, Thomas Lennon EE.UU., 1996).	Presencial: Se realizarán búsquedas en bases de datos y en la biblioteca para construir un catálogo de estudios relacionados con la influencia de la comunicación en la opinión pública. Este catálogo, comentado, se publicará en los blogs de cada participante.	<i>El estudio de las influencias de los medios de comunicación social</i> - Busquet, Medina y Jané
Semana 9 Oct. 8 y 9	3 horas	Ideología y hegemonía en México Cómo se entera el público de los sucesos: las elites y las industrias culturales (cómo hablan los medios)	Distinguir el papel de la ideología y la hegemonía en México para delinear su influencia conceptual y formal en la opinión pública del país. Analizar las élites económicas mexicanas y la conformación de las industrias culturales nacionales y descubrir su impacto en la conformación de la opinión pública nacional.	Se llevará a cabo una lectura comentada del texto “El conflicto postelectoral” de Lorenzo Meyer y el texto El sistema electoral, al servicio de las élites del poder de Jorge Carrasco Araizaga Se expondrá una presentación en Prezi acerca de las industrias culturales de acuerdo a la Escuela de Frankfurt y se exhibirá la película “Wag the dog”.	Presencial: Se llevará a cabo un debate grupal y los estudiantes escribirán un ensayo en una entrada de sus blogs. Virtual: Se generará una entrada de blog que integre un ensayo sobre las industrias culturales en México y una infografía sobre el tema.	<i>El conflicto postelectoral- Lorenzo Meyer</i> <i>El sistema electoral, al servicio de las élites del poder- Jorge Carrasco Araizaga</i> <i>Economical inequalities - Joseph Stiglitz</i> http://www.slideshare.net/santisanti/teoras-de-la-comunicacion-profesor-santini
Semana 10	3 horas	Persuasión y propaganda	Distinguir los elementos propagandísticos en productos	Se expondrán diversos videos sobre el tema y	Presencial: En el salón de clases se realizará un cuadro	<i>La investigación comunicativa --</i>

Oct. 15 y 16		Framing y priming I: sus efectos en la ciudadanía.	<p>mediáticos y los relacionará con elementos de la cultura; reconocer y criticar los elementos de la persuasión en discursos mediáticos.</p> <p>Analizar las características del framing y el priming, identificar sus componentes y deducir su impacto en la conformación de la opinión pública.</p>	<p>se llevará a cabo una lectura grupal comentada a través del sitio web de la clase.</p> <p>Se revisarán casos de framing y priming en sitios web, periódicos y revistas.</p> <p>Extracto del film: Frost/Nixon de R. Howard</p>	comparativo de la propaganda y la comunicación persuasiva que se publicará en los blogs de la clase.	<p>Busquet, Medina y Jané</p> <p><i>Fuentes mudas (en la Web)</i> - José Manuel de Pablos</p> <p><i>Medios de comunicación y opinión pública</i> - D'Adamo, García Beaudoux y Freidenberg (Cap. 4)</p> <p>El control de los medios de comunicación http://www.rebelion.org/noticia.php?id=1399</p> <p><i>La tiranía de la comunicación</i> (pp. 41-67) - I. Ramonet</p>
<p>Semana 11</p> <p>Oct. 22 y 23</p>	3 horas	<p>Framing y priming II: sus efectos en la ciudadanía.</p> <p>Examen 2º parcial (23 octubre)</p>	Analizar las características del framing y el priming, identificar sus componentes y deducir su impacto en la conformación de la opinión pública.	Se expondrán y comentarán ejemplos de framing y priming localizados por los estudiantes	Virtual: Tomando como referencia el capítulo 8 (páginas 121-141) del libro <i>Medios de comunicación y opinión pública</i> de D'Adamo, García y Freidenberg los alumnos ejemplificarán el priming y el friming en sitios web y videos de Youtube. Los ejemplos se publicarán en los blogs de la clase.	<p><i>Medios de comunicación y opinión pública</i> - D'Adamo, García Beaudoux y Freidenberg</p> <p><i>Social implications of the Internet</i> - Paul DiMaggio, Eszter Hargittai, Russell Neuman y John P. Robinson</p>

Fecha	No. Horas	Tema	Objetivo Educativo	Técnica didáctica	Actividad (Presencial o Campus Virtual)	Sugerencia Bibliográfica
		Unidad III. Medición de la opinión pública y climas de opinión				
Semana 12 Oct. 29 y 30	3 horas	Retroalimentación examen 2º parcial Autonomía mediática, audiencias creativas y auto-comunicación de masas	Investigar el influjo de la autonomía mediática en el entorno local y relacionar este fenómeno con el framing y el priming; Experimentar con el fenómeno de las audiencias creativas y reconocer su impacto en la auto-comunicación de masas.	Se exhibirán dos videos: La guerra de los navegadores y El poder de los seis grados de separación. Y se hará énfasis en el papel de los medios sociales, en particular Twitter.	Presencial: Se guiará una lluvia de ideas para desarrollar un esquema que explique el influjo de los navegadores y las redes sociales en la opinión pública, para su publicación en los blogs de los participantes.	<i>Comunicación y poder – M. Castells</i> Video: El Poder de los Seis Grados de Separación - Talas
Semana 13 Nov. 5 y 6	3 horas	Impacto de las encuestas en la opinión pública y la participación ciudadana	Deducir la importancia e impacto de las encuestas en el ámbito democrático, en el ámbito judicial (creación, cancelación y modificación de leyes) y en el establecimiento de políticas públicas.	El profesor conducirá un aprendizaje basado en proyectos: identificar estudios de opinión pública y fenómenos de participación ciudadana que hayan modificado o generado leyes o políticas públicas de México y del mundo. Como introducción se exhibirá el documental “5 días de marzo”.	Presencial: Se ordenarán en una carpeta de Dropbox las investigaciones y se hará un enlace que se publicará en los blogs. En clase, cada participante comentará las investigaciones que haya encontrado.	<i>Relationships Between Mass Media, Public Opinion, and Foreign Policy: Toward a Theoretical Synthesis - Baum y Potter</i> <i>¿Quiénes están detrás de las encuestas? - Alejandro Media y Sinuhé Vargas</i>
Semana 14 Nov. 12, 13, 19	4 horas	Climas de opinión y encuestas.	Especificar el concepto de climas de opinión y establecer hipótesis de la forma cómo influyen los medios para generar o transformar dichos climas.	Se expondrá en clase la Agenda Setting y se resumirán y evaluarán teorías sobre la formación de opiniones en el público.	Presencial y virtual: En una búsqueda en sitios web, los participantes investigarán qué climas de opinión existen acerca de temas de interés público y los contrastarán con las teorías revisadas en clase.	<i>The Agenda-Setting Role of the Mass Media in the Shaping of Public Opinion - Maxwell McCombs</i> <i>La agenda-setting y sus efectos (recopilación)</i>
Semana 15	5 horas	Twitter vs Facebook como espacios	Categorizar las diferentes redes sociales desde su	El maestro expondrá ejemplos de las diversas	Tomando como base el texto “Audiencias y elecciones en la	<i>Audiencias y elecciones en la era</i>

Nov. 0, 26 y 27		públicos que influyen en la opinión pública. Examen final: 27 de noviembre	origen: por gráfico social, contenido o temática y valorar su influjo en la opinión pública.	redes sociales e ilustrará sus características.	era digital", los estudiantes harán un breve esquema comparativo que explique las diferencias conceptuales de las distintas redes sociales. Igualmente, harán una investigación sobre los climas de opinión pública en dichas redes con respecto al movimiento #yosoy132 y harán una comparación con el clima de opinión de una muestra que no utilice Internet ni redes sociales. A partir de ahí presentarán un diagnóstico del origen de los climas de opinión con respecto al tipo de red o exposición mediática.	<i>digital (recopilación del maestro)</i>
-----------------	--	--	--	---	---	---

Metodología del curso: Análisis de Casos, Educación Basada en Proyectos (POL), aprendizaje colaborativo, aprendizaje en entornos virtuales.

Actividades complementarias o extracurriculares: Visionado de películas, videos, noticieros, programas de opinión y análisis de anuncios, carteles, propaganda, programas de radio. Lecturas de artículos, capítulos de libros. Redacción de ensayos y resúmenes; visita y análisis de páginas Web

Bibliografía:

Se sugiere seleccionar obras recientes, publicadas como máximo cinco años y accesible para su adquisición. La bibliografía por programa se divide en:

- 1) Bibliografía Básica: máximo cuatro títulos.

Título	Autor	Editorial	Lugar y año de publicación	Capítulos o páginas a consultar
La democracia en treinta lecciones	Giovanni Sartori y Lorenza Foschini	Taurus	México, 2009	Lecciones 1 a 10
Medios de Comunicación y opinión pública	Orlando D'Adamo, Virginia García Beaudoux y Flavia Freidenberg	McGraw Hill	México, 2007	1,2,4,7,9 y 10
Historia y Crítica de la opinión pública	Jürgen Habermas	Gustavo Gili	España, 2007	1,2,3,4,5,6,7
Comunicación y poder	Manuel Castells	Alianza Editorial	España, 2010	1,2,3,5

2) Bibliografía Complementaria, máximo dos títulos.

Título	Autor	Editorial	Lugar y año de publicación	Capítulos o páginas a consultar
Public Opinion	Walter Lippmann	Project Gutenberg	Estados Unidos, 2004	1
The structural transformation of the public sphere	Jürgen Habermas	The MIT Press, Cambridge, Massachusett	Estados Unidos, 1991	1

Recursos didácticos necesarios:

Marcar con X	Material	Descripción	Referencia de adquisición
	Mapas		
	Revistas		
	Discos compactos		
x	Videos	Escándalo en la Casa Blanca (1997) Frost/Nixon, la entrevista del escándalo (2008) The virtual revolution (2010) The american experience: The battle over Citizen Kane (1996) 4 días de marzo (2006)	http://www.imdb.com/title/tt0120885/ http://www.imdb.com/title/tt0870111/officialsites http://www.imdb.com/title/tt1594955/ http://www.imdb.com/title/tt0115634/ http://www.youtube.com/watch?v=vFGIfubBwsl
	Microfichas		
	Publicaciones electrónicas	News that matters, libro que habla sobre la relación entre noticias y opinión pública.	http://books.google.com.mx/books/about/News_That_Matters.html?id=mvRM9mEDkn0C&redir_esc=y
	Presentación digital (PowerPoint, Publisher, etc.)		
	Antologías	Carpeta Dropbox	
	Fichas		
	Juegos		
	Otros	Sitio web de la clase Wiki de la clase Twitter	http://marcocarlosavalos.com/opinionpublica/ http://opinion-publica.wikispaces.com/

Subsistema de evaluación: Trabajos, reportes de lectura y ejercicios en clase: 70% ; exámenes: 30%

Políticas del curso:

- Políticas del curso: Sobre la puntualidad:

Las clases en el aula comienzan a la hora exacta planteada por el horario. Una vez cerrada la puerta no se permitirá la entrada a clase.

En el caso de las clases de dos horas, la clase será corrida y se permitirá salir 20 minutos antes. De forma visual, se tomará lista al final de la clase.

Sobre las tareas:

- El cumplimiento de las tareas es obligatorio y sólo se recibirán:

1.- El día y hora señalada para su entrega.

2.- Completamente limpias y en orden.

4.- Las tareas para hacer en casa contendrán en una hoja un membrete con sus datos (nombre, grupo, grado y número de tarea). No se aceptarán trabajos con el nombre escrito con pluma.

- Sobre el desempeño en clase:

Es importante que al interior del salón de clase se manifieste un ambiente cordial y disciplinado para el bienestar general y donde aquel servirá de marco para que el proceso de aprendizaje se de en condiciones óptimas. Atentamente te pido que cooperes en este sentido, y así evitar aplicar sanciones que lastimen a ambos tanto a ti como a mí. NO CELULARES (a menos que la clase amerite su uso), NI IPOD, NI MP3 ENCENDIDOS.

Perfil del docente: Maestro en educación y TICS (e-learning). CV: <http://marcocarlosavalos.com/about/>

Metodología de investigación para actualización del programa: Investigación del estado del arte de la materia.